

## INTISARI

Salah satu sumber penerimaan daerah adalah melalui penerimaan dari sektor pajak daerah khususnya pajak reklame yang memiliki peranan penting untuk menunjang keberhasilan pembangunan daerah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui laju pertumbuhan pajak reklame, tingkat efektivitas dari pemungutan pajak reklame, dan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yaitu merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deksripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis laju pertumbuhan pajak reklame, analisis efektivitas penerimaan pajak reklame, serta analisis kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah. Sumber data penelitian berasal dari data sekunder berupa data Laporan Realisasi Anggaran tahun 2010-2014 yang diperoleh dengan teknik studi lapangan, observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan pajak reklame di Kota Surabaya belum optimal dan penerimaannya berfluktuatif. Hal tersebut dapat terlihat dari laju pertumbuhan pajak reklame selama dalam kurun waktu 5 tahun terakhir yaitu sejak tahun 2010-2014 hanya memiliki rata-rata sebesar 7,28% yang berada pada kriteria tidak berhasil, sedangkan dari segi tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame sebesar 90,39% yang berada pada kriteria efektif. Untuk kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah pada tahun 2010-2014 memiliki rata-rata hanya 4,81% yang berada pada kriteria sangat kurang.

Kata kunci: Efektivitas, Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya

## ***ABSTRACT***

One of the local revenue sources is through the local tax revenues particularly from advertisement tax which has important role to supports the success of regional development. Therefore, this research is meant to find out the growth rate of advertisement tax, the effectiveness rates from the collection of advertisement tax, and the contribution of advertisement tax to the Local Own Source Revenue.

This research is a qualitative research in which the research is meant to comprehend the phenomena about what has been experienced by the subject of the study e.g. behavior, perception, motivation, action, and etc, holistically, and it is done by describing in the form of literally and orally. The data analysis technique has been done by using the analysis of the advertisement tax growth rate, the analysis of advertisement tax, and the analysis of the contribution of advertisement tax revenue to the Local Own Source Revenue. The source of data of this research is from the secondary data in the form of budget realization report in 2010-2014 which has been obtained by using field study technique, observation, interview, and documentation.

The result of this research shows that the management of advertisement tax in Surabaya has not optimal yet and its revenue is fluctuated. It can be seen from the growth rate of advertisement tax during the last 5 years in 2010-2014 period sit only has average revenue i.e.7.28% is in the unsuccessful criteria, meanwhile from the aspect of the effectiveness rates of advertisement tax revenue is 90.39% is in effective criteria. The contribution of advertisement tax to the Local Own Source Revenue in 2010-2014 has average is 4.81% is in very less.

**Keywords:** *Effectiveness, Advertisement Tax, Local Own Source Revenue of Surabaya city.*